**Kampery i przyczepy – kto jest kim w świecie caravaningu?**

**Większość miłośników samochodów wie, że Mini należy do BMW, a Dacia znajduje się w portfolio Renault. Jest jednak taki segment motoryzacji, który w Polsce pozostaje mało rozpoznany. To potężny na świecie, ale rosnący także w naszym kraju rynek pojazdów turystycznych – kamperów oraz przyczep campingowych. Odpowiedzmy więc sobie na pytanie „who is who” w świecie caravaningu.**

Rynek nowych kamperów rośnie w siłę na całym świecie, a trend ten możemy zauważyć także w Polsce. Salon Caravaningowy w Poznaniu organizowany w ramach targów Motor Show z roku na rok zajmuje coraz większą powierzchnię, przyciąga więcej wystawców oraz zwiedzających. Warto też odnotować, że w tym roku w targowym plebiscycie dziennikarze motoryzacyjni nagrodzili aż dwa pojazdy z kategorii pojazdów turystycznych (Włodzimierz Zientarski – przyczepę Caretta, a Piotr Kozłowski kampera marki Le Voyageur). Również pytani o to dystrybutorzy i producenci przyznają, że zainteresowanie nowymi pojazdami campingowymi w Polsce rośnie.

**Niemcy rosną, Polska raczkuje**

Niestety, brakuje w naszym kraju oficjalnych statystyk dotyczących rynku caravaningowego. Nie dysponujemy dokładnymi liczbami dla nowych rejestracji pojazdów rekreacyjnych w Polsce, a wszelkie szacunki byłyby mało wiarygodne, jako że opierałyby się na deklaracjach sprzedawców i nie uwzględniałyby importu prywatnego. Poza tym w Polsce kampery rejestrowane są jako pojazdy specjalne, a więc nie ma dla nich odrębnej kategorii urzędowej.

- Możemy założyć, że Polsce bliżej do Portugalii, gdzie w 2016 roku zarejestrowano 80 sztuk pojazdów turystycznych niż do Niemiec – mówi Maciej Kinal z portalu Camprest.com - Rynek jednak rośnie, a coraz więcej europejskich graczy chciałoby ukroić dla siebie polski kawałek tortu – podkreśla.

Według najnowszych szacunków, u naszych zachodnich sąsiadów zarejestrowanych jest już blisko 460.000 samych tylko kamperów (a więc bez przyczep). Najnowsze dane opublikowane przez European Caravan Federation pokazują, że wzrost liczby rejestracji nowych pojazdów turystycznych (przyczep i kamperów), jeśli porównamy go rok do roku, wyrażany jest już w wartościach dwucyfrowych. Nawet rynki, które w ostatnich latach wykazywały zadyszkę i osłabienie, w 2016 roku zanotowały wzrosty (np. Włochy, Hiszpania).

**Wiele marek, ale kilku właścicieli**

Odwiedzając salony sprzedaży kamperów czy targi pokroju Caravan Salon w Düsseldorfie wielu pasjonatów caravaningu traci głowę w gąszczu marek i producentów, nie zdając sobie sprawy z ich wzajemnych powiązań. Warto więc uporządkować informacje i podobnie jak w przypadku marek aut osobowych, posiąść orientację, kto jest kim w tym segmencie motoryzacji.

Pierwsze skrzypce na większości zachodnioeuropejskich rynków od dziesięcioleci gra niemiecka grupa producencka **Erwin Hymer Group**, która górowała nad konkurentami w wynikach sprzedaży. Ale w ostatnich latach musiała ona stawić czoła producentom z południowej Europy, którzy postawili na międzynarodową ekspansję.

Na przełomie roku 2016 i 2017 francuska grupa **Trigano** przejęła słoweńską **Adrię**, a ruch ten zbliżył grupę do niemieckiego giganta. Tym bardziej, że wcześniej wcieliła ona już w swoje struktury włoskie marki, takie jak **McLouis**, **Mobilvetta** czy **Rimor**. Na chwilę obecną koncern podzielony zostaje na dwie „odnogi” – włoską (Trigano SpA, zbudowaną głównie wokół marek **Caravan International** oraz **Roller Team**) oraz francuską (VDL skoncentrowaną na markach **Chausson** i **Challenger**).

Hymer chyba zdał sobie sprawę z rosnącej w siłę konkurencji, co potwierdzają decyzje o przejęciu kanadyjskiej marki **Roadtrek** czy brytyjskiej grupy **The Explorer Group**, liczącego się gracza na rynku przyczep campingowych na wyspach – rynku o olbrzymim potencjale, co potwierdza liczba rejestracji w tym segmencie.

**Jedna fabryka – wiele marek**

Konsolidacja marek ma oczywiście swoje odzwierciedlenie w optymalizacji kosztów i łączeniu zakładów produkcyjnych. Nikogo obeznanego z branżą nie dziwi już fakt, że pojazdy różnych marek powstają w tych samych zakładach.

I tak w Tournon (południowa Francja) w największym zakładzie produkcyjnym Trigano zjeżdżają z taśmy zarówno kampery Chausson i Challenger, jak i przyczepy **Sterckeman** oraz **Caravelair**. W Font Vendome natomiast powstają „blaszaki” **Karmann Mobil**, **Autostar** buduje zintegrowane pojazdy marki Challenger, montownie Chausson i McLouis niejako „przy okazji” zaangażowane są także w budowę pojazdów nowej marki **Forster**.

Wszelkie budżetowe „klony” wielkich marek z grupy Erwin Hymer także składane są w jednej fabryce w Neustadt w niemieckiej Saksonii (fabryka Capron zajmuje się produkcją kamperów marek **Sunlight** i **Carado**). Alkowy **Bürstner** powstają w fabryce **Dethleffsa**, przyczepy **Eriba** w montowni **LMC**, a „blaszaki” **Hymer Car** w zakładach należących do marki **Laika** we Włoszech.

- Co ciekawe, nowa inwestycja o wartości 18 milionów euro w rozbudowę montowni LMC w niemieckim Sassenberg (z początkiem roku 2018 przybędzie tu 17.500 m kw. powierzchni) ma zwiększyć możliwości produkcyjne z 7.500 do 13.500 przyczep koncernu rocznie. Sama marka LMC zarzeka się jednak, że produkcji kamperów pod własną marką nie zaprzestanie i będzie ją sukcesywnie rozwijać – mówi Maciej Kinal.

**Zrównoważony wzrost i… domki holenderskie**

Marka **Hobby** (oraz należąca do niej firma **Fendt**) w dalszym ciągu wiedzie prym w kategorii przyczep campingowych. Jednak z racji tego, że przyczepy co do zasady są tańsze, nawet ich duża sprzedaż i znaczący udział w rynku nie pozwalają na osiągnięcie obrotów porównywalnych z tymi, jakie notują czołowi producenci kamperów.

Marka **Knaus Tabbert** po załamaniu rynku w latach 2008/2009 została przejęta przez holenderską grupę HTP (posiadającą także udziały w firmie Morelo, produkującej olbrzymie i luksusowe pojazdy turystyczne). Nowy inwestor kontynuuje tzw. strategię zrównoważonego wzrostu, co do tej pory się sprawdza i ma się przełożyć na zwiększenie obrotu o kolejne 100 milionów euro w roku 2017. Firma zainwestowała w nowe fabryki na Węgrzech, a w jej portfolio znajdują się m.in. marki **T@B** (tzw. Tabbert dla młodych) oraz **Weinsberg**.

Spółka **Rapido**, zrzeszająca marki **Rapido, Dreamer, Fleurette, PLA, Westfalia** czy **Itineo**, obok kamperów skupia się ostatnio także na produkcji domków holenderskich na potrzeby ośrodków wypoczynkowych, a jej przychody wyniosły w 2016 roku 350 mln euro.

Obcemu kapitałowi czoło stawia jak na razie niemieckie **Carthago**, które od czasu produkcji pierwszych „blaszaków” na bazie Volkswagena nie tylko rozwinęło się, ale także zachowało charakter „rodzinnego” biznesu. Na własnym know-how i doświadczeniu Carthago stworzyło tańszą markę **Malibu**, oczywiście nie oddając jej wszystkich atrybutów technicznych z droższych modeli.

„Szpagat” polegający na promowaniu dwóch podobnych marek, jednak skoncentrowanych na różnej grupie docelowej na razie się marce udaje. Większość modeli Malibu, jak i tańszych modeli Carthago powstaje w specjalnie wybudowanej w tym celu fabryce w Słowenii, w Niemczech natomiast pozostaje produkcja najdroższych modeli, w tym tzw. linerów.

**Mniejsi także rosną**

Najmniejszą z ujmowanych w zestawieniach grupą producencką jest francuska grupa **Pilote**, na którą składają się marki **Le Voyageur, Bavaria, Frankia, RMB** czy **Hanroad**. Kampery tych marek szturmem zdobywają kolejne rynki europejskie, przez co w najbliższych latach możemy spodziewać ich wzrostów.

- Obok wielkich koncernów zrzeszających liczące się marki, na rynku znajdziemy także wiele godnych podziwu „samotnych wilków” – marek, które już osiągają, lub za chwilę osiągać będą obroty powyżej 100 mln euro. Wystarczy wymienić tu takie marki jak **Pössl, Globecar,** czy **Vario Mobil** – dodaje przedstawiciel portalu Camprest.com.

Rynek, szczególnie ten zachodnioeuropejski kwitnie, ale świadomy klient powinien zdawać sobie sprawę, że czasem konkurencja między markami jest pozorna. Coraz częściej walka o klienta odbywa się pomiędzy dealerami różnych marek należących do tego samego koncernu, nierzadko produkujących swe pojazdy w tej samej fabryce. Pod tym względem rynek pojazdów turystycznych nie różni się znacznie od całego rynku samochodowego.

Źródło: [Camprest.com](http://camprest.com)